

# Qualitätsrichtlinien für Xmedialine Websites

Für professionelle Business-Websites gibt es klare Qualitätsrichtlinien die unbedingt eingehalten werden müssen. Zum einen damit die Website in möglichst allen gängigen Internet Browsern fehlerfrei angezeigt werden kann und zum anderen um in den Suchmaschinen die bestmögliche Platzierung zu erreichen. Nicht zu vergessen den Internet User, dieser soll einen logischen und übersichtlichen Aufbau der Website erkennen können und einen möglichst hohen Nutzen aus dem Besuch der Website erzielen.

Bitte achten Sie bei der Erstellung von Xmedialine Websites unbedingt auf nachfolgende Qualitätsmerkmale:

<b>1 Architektur und Design</b>	<b>2</b>
<b>2 Navigation und Hyperlinks</b>	<b>2</b>
<b>3 Texte und Inhalte</b>	<b>2</b>
3.1 Schrift, Größe und Farbe	2
3.2 Ausrichtung	3
3.3 Teaser	3
3.4 Textlänge, -breite und Absätze	3
3.5 Inhalt	4
<b>4 Bilder und Dateien</b>	<b>4</b>
4.1 Größe und Ladezeit von Bildern	4
4.2 Richtiges Bildformat	5
.jpg (Joint Photographic Experts Group)	5
.gif (Graphics Interchange Format)	5
.png (Portable Network Graphics)	5
4.3 Bilder sauber in die Website einbauen	6
<b>5 Suchmaschinenfreundliche URLs</b>	<b>6</b>
<b>6 Favicon</b>	<b>6</b>

# 1 Architektur und Design

Das Corporate Design (CD) bzw. die Corporate Identity (CI) des Unternehmens muss erfasst und bildschirmgerecht umgesetzt werden. Schwierig ist hierbei die Umsetzung der Farbgebung des bereits bestehenden CD des Unternehmens für das Internet. Im Internet arbeitet man mit websicheren Farben, die eine detailgetreue Farbwiedergabe von Broschüren, Datenblättern oder Logos aus dem Print-Bereich nur annähernd möglich machen. Kompromissbereitschaft ist das Stichwort. Bei einer Unternehmensgründung sollten solche Dinge bereits im Vorfeld bedacht und entsprechend vorbereitet bzw. entwickelt werden.

Auch wenn Ihre Website schön gestaltet ist, kommt der Besucher in erster Linie wegen der Inhalte auf Ihre Seite. Achten Sie darauf, dass sich keine Rechtschreib- und Grammatikfehler auf Ihrer Homepage befinden. Es gilt die Regel: Inhalt vor Design.

## 2 Navigation und Hyperlinks

Struktur und Gliederung des Webangebots müssen transparent aufbereitet und die Wege zu den Informationen kurz gehalten werden. Maximal drei Mausklicks bis zur gewünschten Information sind hier ein guter Anhaltspunkt.

Die Navigation bzw. die Buttons und Links müssen eindeutig als solche erkennbar sein.

Der erste Button der Hauptnavigation („Home“ oder „Startseite“) führt immer wieder zur Startseite. Gerne befindet sich dieser bei einer Website links oben. Dieser Home-Button muss immer erreichbar sein, egal auf welcher Seite der Homepage sich der Besucher befindet. Es ist auch sehr hilfreich, wenn das Logo mit der Startseite verlinkt ist.

Ebenso sollten Links zum Impressum, Kontaktformular, Anfahrtsplan, zur Adresse, etc. immer verfügbar sein.

Bei größeren Websites ist das Einrichten einer Sitemap sehr empfehlenswert. Auch die Suchfunktion der Website mit Volltextsuche erleichtert das Auffinden von Inhalten.

Achten Sie beim Verlinken von Downloads, z.B. einer PDF-Datei, dass diese in einem neuen Fenster oder Tab geöffnet werden (=“\_blank“). Wird das PDF im selben Fenster geöffnet und in Folge vom Besucher geschlossen, hat dieser dadurch ungewollt die Website verlassen.

Überprüfen Sie Ihre Seiten auf fehlerhafte Links.

## 3 Texte und Inhalte

### 3.1 Schrift, Größe und Farbe

Verwenden Sie gut lesbare Schriften wie Arial, Verdana, Helvetica, eventuell Times New Roman, etc.. *Schmuckschriften* sind meist schlecht bis gar nicht lesbar. Verwenden Sie

möglichst nur ein bis zwei verschiedene Schriftarten je Website. Gestalten Sie alle Seiten in einheitlichem Stil.

Wählen Sie die Textgröße so, dass die Texte gut lesbar sind. Sie sollten den Leser nicht überanstrengen, die Buchstaben sollten den Leser aber auch nicht „erschlagen“.

Um einzelne Textbereiche bzw. Inhalte hervorzuheben eignen sich **Fettdruck**, Unterstreichen, GROSSBUCHSTABEN oder farblich markieren. *Kursivschrift* kann am Bildschirm auf Grund der niedrigen Auflösung von 72dpi nur schlecht gelesen werden und ist daher zu vermeiden.

### 3.2 Ausrichtung

Wenn die Ausrichtung von Texten und Bildern einer Seite ständig wechselt, wirkt der Text unruhig und es ist anstrengend dem Verlauf des Artikels zu folgen. Wechseln Sie daher nicht unnötig die Ausrichtung auf einer Seite. Schreiben Sie linksbündig oder zentriert, eventuell rechtsbündig.

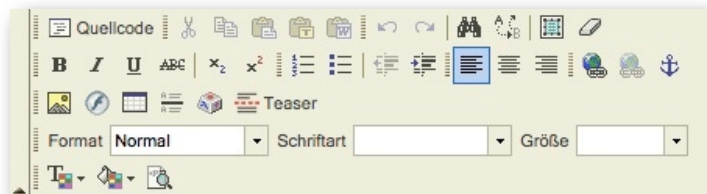
## Überschrift Unterüberschrift

Text des Artikel mit oder ohne Bild.

Damit sich der Text am unteren Ende einer Seite optisch gut abgrenzt, sollten Sie eine oder zwei Leerzeilern anhängen (drücken der Enter-Taste).

### 3.3 Teaser

Ein Teaser ist ein Anreißer (tease = necken, reizen). Er soll den Leser neugierig machen und zum Weiterlesen oder Anklicken eines Links verleiten.



In dem von Xmedialine eingesetztem CMS kann dieser entweder automatisch erstellt werden (unter Beitragseinstellungen zu aktivieren), oder beim Erstellen der Texte direkt im Editor eingestellt werden.

### 3.4 Textlänge, -breite und Absätze

Achten Sie auf kurze überschaubare Absätze mit fünf bis maximal zehn Zeilen. Schreiben Sie in kurzen Sätzen. Vermeiden Sie Schachtelformulierungen. Lockern Sie die Texte auf, indem Sie aussagekräftige, zum Inhalt passende, Bilder einbauen.

Insgesamt soll eine Seite nicht länger als maximal zwei Bildschirmseiten sein. Horizontales scrollen (links/rechts) soll unbedingt vermieden werden. Achten Sie speziell beim Einbau von Tabellen und Bildern auf die Seitenbreite.

### 3.5 Inhalt

Erstellen Sie eine nützliche, informative Website und verfassen Sie Seiten, die Ihren Content (Inhalt) klar und eindeutig darstellen. Die Aktualität der Inhalte ist wichtig! Niemand will immer die selben Texte und Bilder sehen.

Überlegen Sie sich, welche Suchbegriffe Nutzer eingeben könnten, um nach Ihren Seiten zu suchen, und verwenden Sie diese Begriffe in Ihren Texten.

Verwenden Sie zur Anzeige wichtiger Namen, Links oder wichtiger Inhalte keine Bilder, sondern Text. In Bildern enthaltener Text wird vom Google-Crawler nicht erkannt. Wenn Sie Bilder für Text-Content verwenden müssen, verwenden Sie das Attribut "ALT", um beschreibenden Text einzufügen. Stellen Sie sicher, dass alle Ihre TITLE-Tags und ALT-Attribute aussagekräftig und eindeutig sind.

Erstellen Sie Seiten in erster Linie für Nutzer, nicht für Suchmaschinen. Versuchen Sie nicht, Ihre Nutzer zu täuschen. Stellen Sie zudem keinen Content für Suchmaschinen bereit, den Sie nicht für Ihre Besucher verwenden. Dies wird als "Cloaking" bezeichnet. Ein großartiger Bild-Content ist eine exzellente Möglichkeit, um die Aufrufe Ihrer Website zu steigern. Wir empfehlen, dass Sie bei der Veröffentlichung von Bildern darüber nachdenken, wie Sie die bestmögliche Nutzerfreundlichkeit herstellen können. Nicht alle Nutzer scrollen bis zum Ende einer Seite. Daher sollten Sie Ihre Bilder möglichst weit oben auf einer Seite platzieren, wo sie sofort gesehen werden.

Vermeiden Sie „Duplizierten Inhalt“, das sind umfangreiche Contentblöcke, die anderem Content auf derselben oder einer anderen Domain entsprechen oder auffällig ähneln.

## 4 Bilder und Dateien

Damit Ihre Website von möglichst allen geläufigen Internet Browsern (Firefox, MS Internet Explorer, Chrom, Safari, etc.) in allen Ländern fehlerfrei angezeigt wird, sollten Sie nachfolgende Punkte unbedingt beachten:

Verwenden Sie in Dateinamen KEINE Sonderzeichen, Umlaute oder Leerzeichen. Erlaubt sind Buchstaben A-Z, a-z, Zahlen 0-9 sowie Bindestrich "-" oder besser Unterstrich "\_".

Groß- und Kleinschreibung beachten. "Firmenlogo.JPG" ist nicht gleich "firmenlogo.jpg". Um das Verlinken von Dateien und Bildern auf der Website zu vereinfachen, empfiehlt es sich die Dateinamen immer in Kleinbuchstaben zu schreiben.

### 4.1 Größe und Ladezeit von Bildern

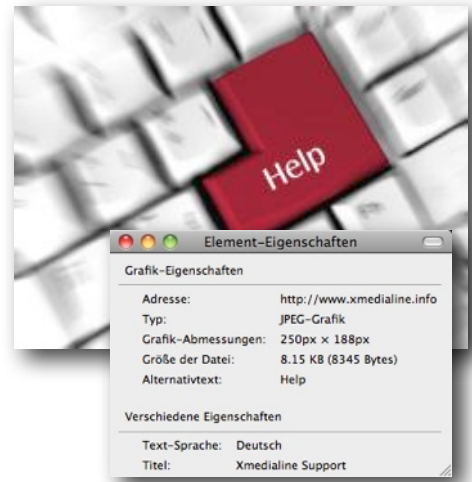
Wenn Sie davon ausgehen, dass heute kaum jemand einen kleineren Bildschirm als 1024x768 Bildpunkte verwendet, wird ein Bild mit 500x375 Bildpunkte (dpi) ca. 1/4 des Bildschirmes bedecken.

Wenn Sie nun das Bild, um es zu verkleinern, an einer Ecke anklicken und zusammenschieben wird es zwar kleiner dargestellt (skaliert), die Dateigröße bleibt dabei aber unverändert. Daraus resultiert ein höherer Speicherbedarf und eine längere Ladezeit.

Um im Internet rasche Ladezeiten der einzelnen Seiten und Bilder zu ermöglichen, sollte eine gesamte Internet Seite mit Bilder nicht mehr als ca. 50 KB haben. Das heißt die eingebauten Bilder müssen für die Darstellung im Internet optimiert werden.

## 4.2 Richtiges Bildformat

Ziel bei der Auswahl des Bildformates soll es sein, möglichst gute Qualität bei geringer Dateigröße zu erreichen. Ihre Bilder sollten jeweils nicht mehr als ca. 15 Kilobyte aufweisen.



### **.jpg (Joint Photographic Experts Group)**

Diese Format unterstützt bis zu 16,7 Millionen Farben und ist daher für Farbfotos geeignet. Anders als beim GIF, wird beim JPG durch Datenreduktion die Dateigröße verringert. Die Komprimierung bewirkt einen Qualitätsverlust. Es wird bei Bildern verwendet, die mehr als 256 Farben enthalten. Farbreduzierung wie beim GIF ist hier aber nicht möglich. Es können auch keine Animationen erstellt oder transparente Farben definiert werden.

### **.gif (Graphics Interchange Format)**

Dieses Format unterstützt Grafiken bis 256 Farben und Graustufenbilder mit guter Bildschärfe aber keine True-Color Bilder. Dieses Format eignet sich für Symbole, Button, Banner und Logos. Das GIF-Format macht einige Besonderheiten möglich:

Interlacing - Es baut zunächst ein Gesamtbild mit unscharfen Konturen auf, das zunehmend schärfer kontrastiert. Schon nach dem Herunterladen der halben Datenmenge, ist das Bild sichtbar.

Transparenz - Das GIF-Format bietet die Möglichkeit, eine Farbe transparent darzustellen. So können Teile einer Grafik sozusagen "durchsichtig" erscheinen lassen und der Hintergrund schimmert durch.

animierte GIF - Sicher haben Sie im Internet schon mal sich bewegende Pfeile gesehen. Dazu wird die GIF-Grafik aus mehreren Einzel-Grafiken zusammengesetzt, hintereinander gelegt und nach einer vorgegebenen Zeit ausgewechselt.

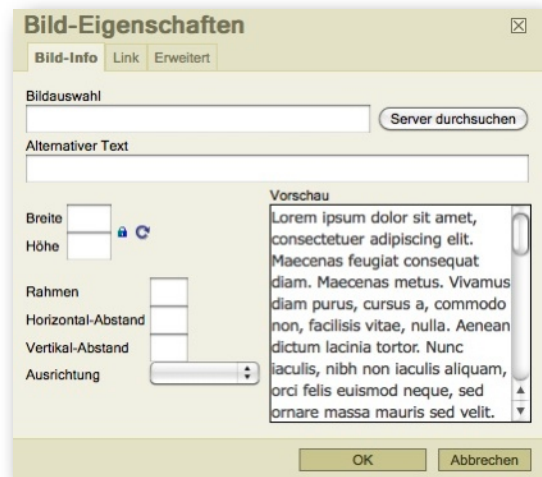
### **.png (Portable Network Graphics)**

Es vereint die Vorzüge vom GIF und JPG. Diese PNG-Grafiken können mit bis zu 48-Bit-Farben abgespeichert und trotzdem verlustfrei komprimiert werden und das mit einer Qualität von 16 Millionen Farben + 256 Transparenzstufen. Dem steht ein Nachteil gegenüber: PNG kann erst mit Browsern der vierten Generation betrachtet werden. Ältere Browser benötigen ein Plug-In. Animationen können damit nicht erstellt werden.

### 4.3 Bilder sauber in die Website einbauen

Achten Sie bitte immer darauf, dass die verwendeten Bilder keine Copyrights verletzen und gute Qualität bei kleiner Dateigröße haben. Gegebenenfalls sind die Bilder mit einem geeigneten Grafikprogramm (Adobe Photoshop, Irfan View, etc.) in Bildschärfe, Farbe und Helligkeit nachzubearbeiten.

Verwenden Sie kurze aussagekräftige Bild Namen. z.B. anstelle von „img\_0342.jpg“ besser „gruener\_lindenbaum.jpg“.



Das Attribut „alt“ ermöglicht die Bereitstellung eines alternativen Textes, falls das Bild aus irgendeinem Grund nicht dargestellt werden kann. Der Titel wird unter anderem angezeigt, wenn die Maus über das Bild bewegt wird. (Bild-Eigenschaften, Bild-Info, Alternativer Text und Erweitert, Titel Beschreibung).

Die Optimierung der Dateinamen und Alt-Texte Ihrer Bilder macht außerdem die Erfassung durch Bildsuchmaschinen wie beispielsweise Google einfacher.

### 5 Suchmaschinenfreundliche URLs

Dabei wird der Pfad zu einer Internet Seite klar und eindeutig bezeichnet. Anstelle des original Pfades <http://www.ihredomain.at/content/364> wird im Browser ein aussagekräftiger Pfad <http://www.ihredomain.at/news> angezeigt.

Bei dem von Xmedialine verwendeten CMS wird diese Funktion unterstützt.

### 6 Favicon

Ein Favicon (kurz für favourite icon, engl. für Favoriten-Symbol) ist ein kleines Icon, Symbol oder Logo, das unter anderem in der Adresszeile eines Browsers links von der URL angezeigt wird und meist dazu dient, die zugehörige Website auf wiedererkennbare Weise zu kennzeichnen. Es taucht auch in der Lesezeichenleiste (Favoriten), bei den Registerkarten (oder Tabs) und unter Windows beim Speichern einer Seite auf dem Desktop auf.